

บริษัท ออฟเตอร์ ยู จำกัด (มหาชน)



คำอธิบายและการ วิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ (MD&A)

ประจำไตรมาส 2 ปี 2564





บทสรุป ผู้บริหาร:



สรุปผลการดำเนินงาน ในไตรมาสที่ 2 ปี 2564	Q2/63	Q2/64	เปลี่ยนแปลง + / (-)	1H/63	1H/64	เปลี่ยนแปลง + / (-)
หน่วย: ล้านบาท			%YoY			%YoY
รายได้จากการขาย	144	137	(5%)	363	317	(13%)
กำไรขั้นต้น	79	77	(3%)	216	183	(15%)
EBITDA	27	33	22%	86	90	5%
กำไร(ขาดทุน)สุทธิของกลุ่มบริษัท	(3)	(7)	(133%)	10	4	(60%)
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	54.9%	56.2%	1.3%	59.5%	57.7%	(1.8%)
EBITDA margin ¹ (%)	18.6%	23.9%	5.3%	23.6%	28.2%	4.6%
อัตรากำไร(ขาดทุน)สุทธิ ¹ (%)	(2.1%)	(5.1%)	(3.0%)	2.7%	1.3%	(1.4%)
จำนวนสาขาที่เปิดดำเนินการ ณ วันที่ 30 มิ.ย.	41	40	(2.4%)	41	40	(2.4%)

¹EBITDA Margin และอัตรากำไรสุทธิคำนวณมาจากรายได้รวม

สรุปผลประกอบการสำคัญในไตรมาสที่ 2 ปี 2564

รายได้:

- บริษัท ออฟเตอร์ ยู จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) มีรายได้จากการขายเท่ากับ 137 ล้านบาทในไตรมาสที่ 2 ปี 2564 และ 317 ล้านบาทในงวด 6 เดือนแรกปี 2564 ซึ่งปรับตัวลดลงร้อยละ 5 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2563 และร้อยละ 13 จากงวด 6 เดือนแรกปี 2563 ตามลำดับ
- การปรับตัวลดลงของรายได้จากการขายของบริษัทฯ มีสาเหตุหลักมาจากการปิดร้านสาขาชั่วคราวจากผลกระทบระบอบการแพร่ระบาดของโควิด-19 ระลอกใหม่ รวมถึงดำเนินการปิดปรับปรุงพื้นที่สำหรับการให้บริการในบางสาขา

กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น:

- กำไรขั้นต้นของบริษัทฯ ในไตรมาสที่ 2 ปี 2564 และในงวด 6 เดือนแรกปี 2564 มีมูลค่า 77 ล้านบาท และ 183 ล้านบาทตามลำดับ ซึ่งปรับตัวลดลงร้อยละ 3 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2563 และร้อยละ 15 จากงวด 6 เดือนแรกปี 2563 ซึ่งสอดคล้องกับยอดขายที่ลดลง
- อัตรากำไรขั้นต้นในไตรมาสที่ 2 ปี 2564 ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.3 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2563 เนื่องจากมีการจัดโปรโมชั่นเพื่อส่งเสริมการตลาดในช่วงไตรมาส 2 ปี 2563 ซึ่งส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นต่ำกว่าไตรมาสปัจจุบันซึ่งมีการดำเนินงานตามปกติ
- อย่างไรก็ตาม อัตรากำไรขั้นต้นในงวด 6 เดือนแรกปี 2564 ลดลงร้อยละ 1.8 จากงวด 6 เดือนแรกปี 2563 เนื่องจากสัดส่วนยอดขายสินค้าปรุงสดที่เสริมในสาขาลดลง รวมถึงการขายวัตถุดิบให้กับแฟรนไชส์ Mikka ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นต่ำกว่าการขายสินค้าปกติ

EBITDA และ EBITDA MARGIN:

- EBITDA ของบริษัทฯ ในไตรมาสที่ 2 ปี 2564 และในงวด 6 เดือนแรกปี 2564 มีมูลค่า 33 ล้านบาท และ 90 ล้านบาทตามลำดับ ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 22 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2563 และร้อยละ 5 จากงวด 6 เดือนแรกปี 2563 เนื่องจากส่วนลดค่าเช่าพื้นที่ในปี 2564 ถูกหักออกจากค่าใช้จ่ายในการขาย ในขณะที่ปี 2563 ส่วนลดค่าเช่าถูกหักออกจากค่าเสื่อมราคา
- EBITDA margin ในไตรมาสที่ 2 ปี 2563 ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.3 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2563 และในงวด 6 เดือนแรกปี 2563 ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.6 จากงวด 6 เดือนแรกปี 2563 การเพิ่มขึ้นของ EBITDA margin มีสาเหตุหลักมาจากบริษัทฯ สามารถบริหารค่าใช้จ่ายโดยรวมได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงการปรับใช้มาตรฐานการบัญชีในการหักส่วนลดค่าเช่าออกจากค่าใช้จ่ายในการขาย

กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ:

- บริษัทฯ รายงานผลขาดทุนสุทธิ ในไตรมาสที่ 2 ปี 2564 มูลค่า 7 ล้านบาทและมีผลกำไรสุทธิในงวด 6 เดือนแรกปี 2564 มูลค่า 4 ล้านบาท ปรับตัวลดลงร้อยละ 133 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2563 และร้อยละ 60 จากงวด 6 เดือนแรกปี 2563 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับรายได้จากการขายที่ลดลง
- อัตรากำไรสุทธิในไตรมาสที่ 2 ปี 2564 ปรับตัวลดลงร้อยละ 3.0 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2563 เนื่องจากรายได้จากการขายที่ลดลง ในขณะที่ค่าใช้จ่ายโดยรวมมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อย
- อัตรากำไรสุทธิในงวด 6 เดือนแรกปี 2564 ปรับตัวลดลงร้อยละ 1.4 จากงวด 6 เดือนแรกปี 2563 โดยมีสาเหตุหลักมาจากรายได้จากการขายที่ลดลง รวมถึงการรับรู้ผลขาดทุนในไตรมาส 2 ปี 2564



แนวทางการรับมือ ต่อการแพร่ระบาดของโรคใหม่ :



จากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ซึ่งมีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้น ทางบริษัท ออฟเตอร์ ยู ได้เพิ่มแนวทางการรับมือกับการแพร่ระบาดเพิ่มเติม ดังนี้

จัดตั้ง Cloud Kitchen กว่า 20 แห่ง เพื่อรองรับคำสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์

บริษัทฯ ดำเนินการจัดตั้งครัวกลาง (Cloud Kitchen) กว่า 20 แห่งทั่วเขตกรุงเทพมหานคร ตามคำสั่งปิดสถานที่เป็นการชั่วคราวของภาครัฐ ตั้งแต่ช่วงวันที่ 20 กรกฎาคม ตลอดจนกว่าคำสั่งปิดสถานที่ชั่วคราวจะมีผลสิ้นสุด โดยการทำสัญญาเช่าพื้นที่ระยะสั้น เพื่อรองรับคำสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ และเป็นการตอบรับกับมาตรการของภาครัฐในการปิดพื้นที่ห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าเป็นการชั่วคราว นอกจากนี้ ยังช่วยอำนวยความสะดวกแก่พนักงานขนส่งอาหาร (Riders) และเป็นการรักษาอัตราค่าขนส่งของผู้ใช้บริการให้ใกล้เคียงกับช่วงปกติจากการปิดให้บริการร้านสาขาในห้างสรรพสินค้าเป็นการชั่วคราว โดยในอนาคต บริษัทฯ จะทำการประเมินความคุ้มค่าในการจัดตั้งครัวกลางระยะยาวเพิ่มเติม เพื่อเป็นส่วนช่วยในการส่งเสริมระบบการดำเนินการของบริษัทฯ



เน้นกระจายจุดออกบูธให้บริการในพื้นที่กรุงเทพฯและต่างจังหวัดมากขึ้น

บริษัทฯ เพิ่มจุดออกบูธให้บริการนอกสถานที่ในพื้นที่ทั้งเขตกรุงเทพฯ ปริมณฑล และจังหวัดหัวเมืองใหญ่ทั่วประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วงปี 2563 จำนวนจุดออกบูธให้บริการเฉลี่ยอยู่ในช่วง 5-10 แห่งต่อเดือน ในขณะที่ช่วงครึ่งแรกของปี 2564 จำนวนจุดออกบูธให้บริการเฉลี่ยเพิ่มเป็น 15 แห่งต่อเดือน และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเนื่องจากจุดออกบูธในพื้นที่เป้าหมายบางแห่งได้ดำเนินการอยู่ในช่วงกระบวนการเจรจาต่อรองจุดออกบูธแล้ว โดยในปัจจุบัน บริษัทฯ ขยายพื้นที่ออกบูธให้บริการให้ครอบคลุมในต่างจังหวัดหัวเมืองทุกภาคของประเทศไทยมากขึ้น เช่น ในพื้นที่จังหวัดลำปาง ขอนแก่น ชลบุรี ระยอง และภูเก็ต เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับแผนการเพิ่มจำนวนจุดออกบูธแทนการเปิดสาขาร้านขนมหวานตามกลยุทธ์ของบริษัทฯ รวมถึงสามารถลดผลกระทบบางส่วนจากการปิดสาขาชั่วคราวในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลได้

มุมมองต่อ

ภาพรวมครึ่งหลังของปี 2564 :

มุ่งเน้นการเติบโตในช่องทางออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน After You

เพื่อเป็นการสนับสนุนให้บริษัทฯ สามารถเติบโตในช่องทางออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยการยกระดับความภักดีของผู้บริโภค (Brand Loyalty) ผ่านทางแอปพลิเคชัน After You ด้วย 2 แนวทางสำคัญ ได้แก่

1. การรักษารฐานลูกค้าปัจจุบันโดยการปรับเปลี่ยนเกณฑ์การแลกคะแนนสะสมให้สามารถแลกได้ตลอดปี การสะสมแต้มอัตโนมัติผ่านการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน การเพิ่มตัวเลือกสินค้าหรือส่วนลดพิเศษที่สามารถแลกและใช้ผ่านแอปพลิเคชัน After You ได้
2. การเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการใหม่ผ่านการแนะนำแอปพลิเคชัน After You ในทุกช่องทางสื่อสารของบริษัทฯ รวมถึงการนำเสนอโปรโมชั่นในช่วงเวลาที่เหมาะสม เช่น การนำเสนอโปรโมชั่นที่เกี่ยวข้องกับส่วนลดค่าจัดส่งสินค้า เป็นต้น

นำเสนอเมนูใหม่อย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองใจความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง



ออฟเตอร์ ยู ยังคงรักษาความต่อเนื่องในการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ด้วยการพัฒนาขนมอบซึ่งผสมผสานระหว่างครัวซองและวอฟเฟิล "Croffle" 5 สรสชาติ ได้แก่ ส Plain ส Noir&Amber ส Honey Cheddar Cheese ส Clotted Cream&Jam และ สพิเศษ Brown Cheese ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถรับประทานได้ทุกช่วงของวัน ไม่ว่าจะเป็นรับประทานเป็นอาหารเช้าหรืออาหารว่างในช่วงบ่าย อีกทั้งยังเป็นการตอบโจทยลูกค้าที่ต้องการความแปลกใหม่อีกด้วย

ซึ่งในปัจจุบัน บริษัทฯ จัดโปรโมชั่นเพื่อส่งเสริมการตลาด โดยการจัดเซตผลิตภัณฑ์ "Croffle" กับเมนูเครื่องดื่มเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงเมนูใหม่ได้อย่างคุ้มค่ามากขึ้น

นอกจากนี้ เพื่อเป็นการต่อยอดผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม To-Go ให้ความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ทางบริษัทฯ ได้ออกเครื่องดื่มสมุนไพรไทยสำเร็จรูปใหม่ทั้งสิ้น 3 รายการ ได้แก่ เครื่องดื่มน้ำขิงสด เครื่องดื่มน้ำกระชายสดสกัด และเครื่องดื่มน้ำมะขามป้อมสดสกัด เพื่อตอบรับกระแสการรักสุขภาพในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยเฉพาะการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันของร่างกายที่กำลังอยู่ในความสนใจของผู้บริโภคส่วนใหญ่





ผลประกอบการ

ของ บริษัท :

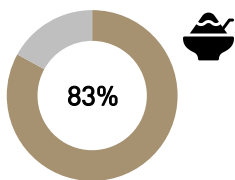
ผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ไตรมาสที่ 2 ปี 2564	Q2/63	Q2/64	เปลี่ยนแปลง + / (-)	1H/63	1H/64	เปลี่ยนแปลง + / (-)
หน่วย: ล้านบาท			%YoY			%YoY
รายได้จากการขาย	144	137	(5%)	363	317	(13%)
ต้นทุนขาย	(65)	(60)	(8%)	(147)	(134)	(9%)
กำไรขั้นต้น	79	77	(3%)	216	183	(15%)
รายได้อื่น	1	1	0%	2	2	0%
ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย	(52)	(53)	2%	(128)	(111)	(13%)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(31)	(32)	3%	(74)	(65)	(12%)
ต้นทุนทางการเงิน	(2)	(2)	0%	(5)	(5)	0%
กำไร(ขาดทุน)ก่อนค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(5)	(9)	80%	11	4	(64%)
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	2	2	0%	(1)	0	(100%)
กำไร(ขาดทุน)สุทธิของกลุ่มบริษัทฯ	(3)	(7)	(133%)	10	4	(60%)

การวิเคราะห์งบกำไรขาดทุนของบริษัทฯ

1. รายได้

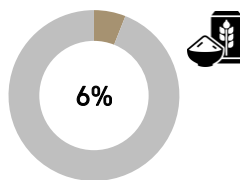
บริษัท ออฟเตอร์ ยู จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจจำหน่ายขนมหวานและเบเกอรี่ โดยบริษัทฯ แบ่งธุรกิจออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

โครงสร้างรายได้ในไตรมาส 2 ปี 2564



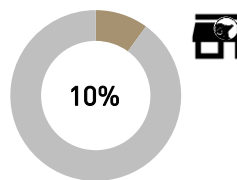
ร้านขนมหวาน
และเครื่องดื่ม

- สินค้าปรุงสดขายในสาขา จำนวนทั้งสิ้น 42 สาขา ซึ่งดำเนินธุรกิจภายใต้ชื่อ "ออฟเตอร์ ยู"
- สินค้าซื้อกลับบ้าน (Take-home product) ที่ขายภายใต้สาขาร้านขนมหวานและภายใต้ "After You Marketplace" ตลอดจนการสั่งซื้อผ่านบริการส่งอาหาร (Food delivery services) (สัดส่วนสินค้าปรุงสดต่อสินค้าซื้อกลับบ้าน¹ ประมาณร้อยละ 46 ต่อร้อยละ 54)
- การขายเครื่องดื่มและขนมหวานในสาขาร้านกาแฟขนาดเล็ก จำนวนทั้งสิ้น 11 สาขา ซึ่งดำเนินธุรกิจภายใต้ชื่อ "Mikka"



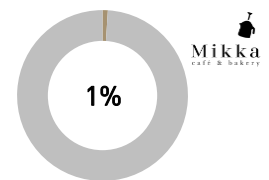
การขายสินค้า
และวัตถุดิบ

- สินค้าสำเร็จรูปหรือกึ่งสำเร็จรูป โดยสามารถแบ่งได้เป็น
- สินค้าที่ขายผ่านช่องทางออนไลน์ และที่ขายผ่านสำนักงานใหญ่
- การรับจ้างผลิตสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทหรือตามความต้องการของลูกค้า



การขายและการจัดงาน
นอกสถานที่

- การขายและการจัดงานนอกสถานที่ เช่น บริการจัดเลี้ยงในงานแต่งงานและงานในโอกาสพิเศษ
- การออกบูธขายสินค้าตามสถานที่ต่าง ๆ (pop-up store)



ค่าธรรมเนียม
แพคเกจจิ้ง

- การรับรู้รายได้ของค่าธรรมเนียมแรกเข้า "After You" แพคเกจจิ้งที่ส่งมอบและ "Mikka" และค่าธรรมเนียมอื่น ๆ ในการประกอบกิจการภายในแบรนด์ "Mikka"

¹สัดส่วนสินค้าปรุงสดต่อสินค้าซื้อกลับบ้านคำนวณสำหรับช่วง 6 เดือนแรก ปี 2564

บทสรุปผู้บริหาร

เหตุการณ์สำคัญ

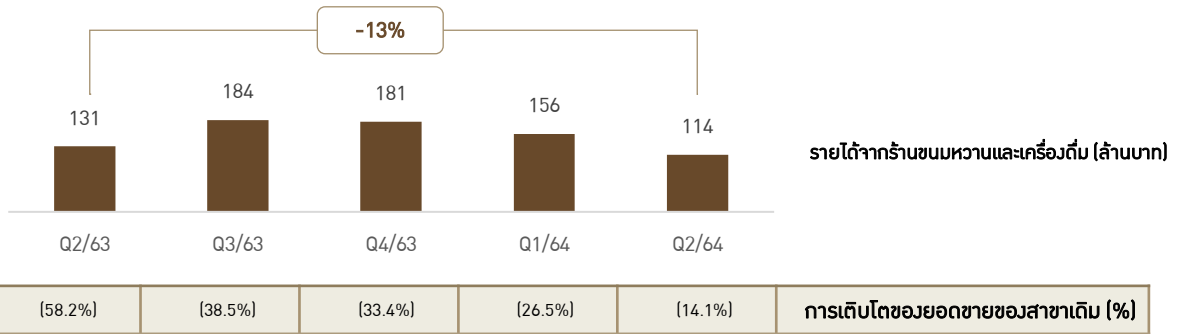


การวิเคราะห์ทางการเงิน

โครงสร้างรายได้	Q2/63	Q2/64	เปลี่ยนแปลง +/-	1H/63	1H/64	เปลี่ยนแปลง +/-
หน่วย: ล้านบาท			%YoY			%YoY
รายได้จากร้านขนมหวานและเครื่องดื่ม	131	114	(13%)	335	271	(19%)
รายได้จากการขายสินค้าและวัตถุดิบ	4	8	100%	8	16	100%
รายได้จากการขายและการจัดงานนอกสถานที่	8	13	63%	19	26	37%
รายได้จากแฟรนไชส์	0.5	2	300%	1	4	300%
รายได้จากการขาย	144	137	(5%)	363	317	(13%)
รายได้อื่น	1	1	0%	2	2	0%
รายได้รวม	145	138	(5%)	365	319	(13%)

Key Drivers	Q2/63	Q2/64	เปลี่ยนแปลง +/-	1H/63	1H/64	เปลี่ยนแปลง +/-
จำนวนสาขาที่เปิดดำเนินการ ณ วันที่ 30 มิ.ย.	41	40	(2.4%)	41	40	(2.4%)
การเติบโตของยอดขายสาขาเดิม (SSSG)	(58.2%)	(14.1%)	44.1%	(44.2%)	(22.6%)	21.6%

หน่วย: ล้านบาท



YoY

ไตรมาส 2 ปี 2564 vs ไตรมาส 2 ปี 2563

- **รายได้จากร้านขนมหวานและเครื่องดื่ม** ในไตรมาสที่ 2 ปี 2564 มีมูลค่า 114 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวลดลง 17 ล้านบาท หรือร้อยละ 13 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2563 เนื่องจากได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ระลอกใหม่ ซึ่งส่งผลให้กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง รวมถึงการปิดบริการส่วนนึ่งงานในร้านบางสาขาเป็นการชั่วคราวเพื่อควบคุมการแพร่ระบาดตามนโยบายของภาครัฐ
- **รายได้จากการขายสินค้าและวัตถุดิบ** ในไตรมาสที่ 2 ปี 2564 มีมูลค่า 8 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 4 ล้านบาท หรือร้อยละ 100 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2563 เนื่องจากการขายวัตถุดิบให้กับสาขาแฟรนไชส์ Mikka
- **รายได้จากการขายและการจัดงานนอกสถานที่** ในไตรมาสที่ 2 ปี 2564 มีมูลค่า 13 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้น 5 ล้านบาท หรือร้อยละ 63 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2563 เนื่องจากการดำเนินการตามนโยบายในการเพิ่มพื้นที่ออกบูธนอกสถานที่ทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและจังหวัดหัวเมืองหลักมากขึ้น

1H

งวด 6 เดือนปีแรก 2564 vs งวด 6 เดือนปีแรก 2563

- **รายได้จากร้านขนมหวานและเครื่องดื่ม** ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2564 มีมูลค่า 271 ล้านบาท ลดลง 64 ล้านบาท หรือร้อยละ 19 จากงวด 6 เดือนแรก ปี 2563 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการยอดขายที่ลดลง เนื่องจากได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ตลอดงวด 6 เดือนแรก ปี 2564 และการปิดส่วนนึ่งงานในร้านเป็นการชั่วคราวจากการแพร่ระบาดดังกล่าว รวมถึงการปิดปรับปรุงพื้นที่ในร้านขนมหวานและเครื่องดื่มบางสาขา
- **รายได้จากการขายสินค้าและวัตถุดิบ** ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2564 มีมูลค่า 16 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 8 ล้านบาท หรือร้อยละ 100 จากงวด 6 เดือนแรก ปี 2563 เนื่องจากการขายวัตถุดิบสำหรับการดำเนินการในสาขาแฟรนไชส์ Mikka
- **รายได้จากการขายและการจัดงานนอกสถานที่** ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2564 มีมูลค่า 26 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 7 ล้านบาท หรือร้อยละ 37 จากงวด 6 เดือนแรก ปี 2563 เนื่องจากการขยายจุดพื้นที่ให้บริการทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและจังหวัดหัวเมืองหลักมากขึ้น
- **รายได้จากค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์** ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2564 มีมูลค่า 4 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้น 3 ล้านบาท หรือร้อยละ 300 จากงวด 6 เดือนแรก ปี 2563 เนื่องจากการรับรู้รายได้จากค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ Mikka ตลอดงวด 6 เดือนแรก ปี 2564

บทสรุปผู้บริหาร

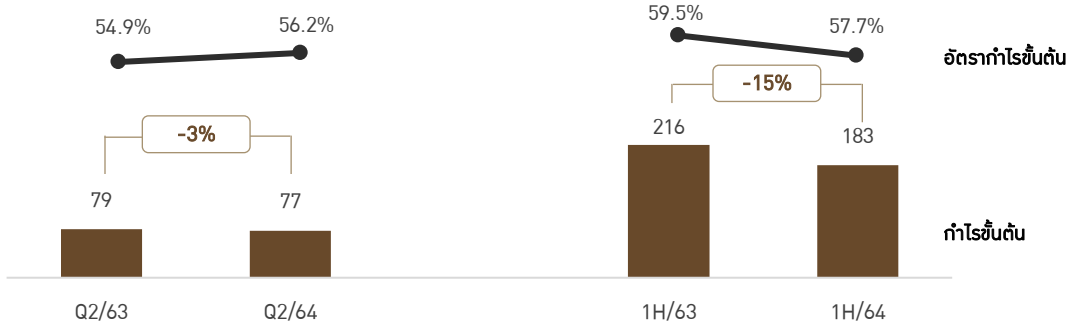
เหตุการณ์สำคัญ



การวิเคราะห์ทางการเงิน

2. กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น:

หน่วย: ล้านบาท



กำไรขั้นต้น = รายได้จากการขาย - ต้นทุนขาย

ต้นทุนขาย ประกอบด้วยวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ สินค้าสำเร็จรูป วัสดุและอุปกรณ์ต่าง ๆ เมินเดือนและค่าแรงงานพนักงานฝ่ายผลิต ค่าเสื่อมราคาโรงงาน อุปกรณ์เครื่องจักรเครื่องใช้ และค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสถานที่ของฝ่ายผลิต โดยต้นทุนขายหลักของบริษัทฯ คือ วัตถุดิบ

YoY

ไตรมาส 2 ปี 2564 vs ไตรมาส 2 ปี 2563

- กำไรขั้นต้น ในไตรมาสที่ 2 ปี 2564 มีมูลค่า 77 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวลดลง 2 ล้านบาท หรือร้อยละ 3 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2563 สอดคล้องกับยอดขายที่ลดลง ในไตรมาสที่ 2 ปี 2564 เมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 2563
- อัตรากำไรขั้นต้น ในไตรมาสที่ 2 ปี 2564 เท่ากับร้อยละ 56.2 ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.3 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2563 การปรับตัวเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้นมีสาเหตุหลักมาจากการจัดโปรโมชั่นเพื่อส่งเสริมการตลาดในช่วงไตรมาส 2 ปี 2563 ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นต่ำกว่าไตรมาสปัจจุบันซึ่งมีการดำเนินงานตามปกติ

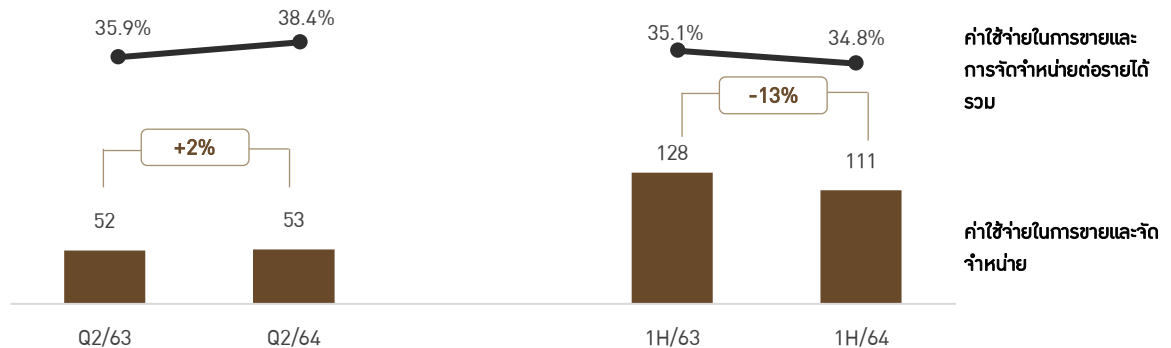
1H

งวด 6 เดือนปีแรก 2564 vs งวด 6 เดือนปีแรก ปี 2563

- งวด 6 เดือนแรก ปี 2564 บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้น เท่ากับ 183 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวลดลง 33 ล้านบาท หรือร้อยละ 15 จากงวด 6 เดือนแรก ปี 2563 ซึ่งสอดคล้องกับยอดขายที่ลดลง
- อัตรากำไรขั้นต้น ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2564 เท่ากับร้อยละ 57.7 ปรับตัวลดลงร้อยละ 1.8 จากงวด 6 เดือนแรก 2563 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการปิดพื้นที่กานในร้านชั่วคราวในบางสาขาซึ่งส่งผลให้สัดส่วนยอดขายสินค้าปรุงรสที่เสรีฟในสาขาลดลง รวมถึงการขายวัตถุดิบให้กับแฟรนไชส์ Mikka ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นต่ำกว่าการขายสินค้าปกติ

3. ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย:

หน่วย: ล้านบาท



ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายพนักงานประจำสาขา ค่าเช่าสถานที่ของร้านขนมหวาน ค่าเช่าอุปกรณ์ ค่าสาธารณูปโภค และค่าใช้จ่ายในการขายอื่น ๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในการตลาดและการส่งเสริมการขาย และค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์ในสาขา

YoY

ไตรมาส 2 ปี 2564 vs ไตรมาส 2 ปี 2563

- ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย ในไตรมาสที่ 2 ปี 2564 มีมูลค่า 53 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อย 1 ล้านบาท หรือร้อยละ 2 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2563 เนื่องจากการเพิ่มสูงขึ้นของค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการขายบางส่วน
- ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายต่อรายได้รวม ในไตรมาสที่ 2 ปี 2564 เท่ากับร้อยละ 38.4 ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.5 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2563 เนื่องจากบริษัทฯ มียอดขายลดลง ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายบางส่วนเพิ่มขึ้น

1H

งวด 6 เดือนปีแรก 2564 vs งวด 6 เดือนปีแรก ปี 2563

- งวด 6 เดือนแรก ปี 2564 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย เท่ากับ 111 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวลดลง 17 ล้านบาท หรือร้อยละ 13 จากงวด 6 เดือนแรก ปี 2563 เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการขายที่ลดลงจากการควบคุมค่าใช้จ่ายโดยรวมของบริษัทฯ ในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19
- ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายต่อรายได้รวม ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2564 เท่ากับร้อยละ 34.8 ปรับตัวดีขึ้นร้อยละ 0.3 จากงวด 6 เดือนแรก ปี 2563 เนื่องจากบริษัทฯ สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

บทสรุปผู้บริหาร

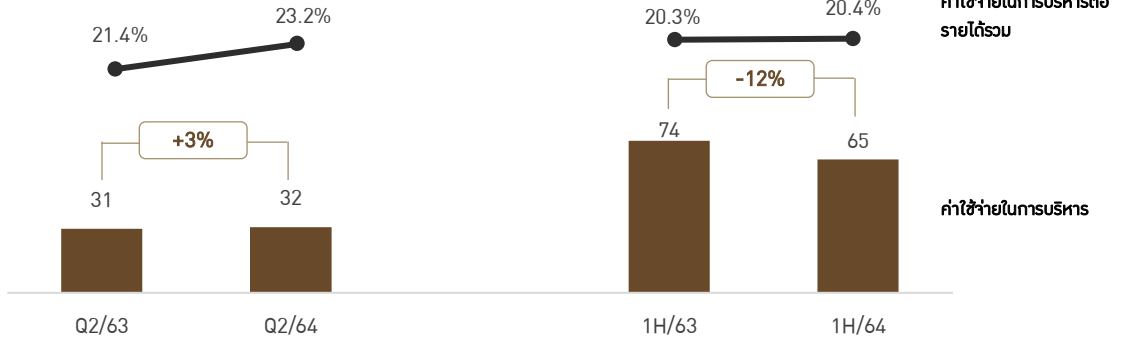
เหตุการณ์สำคัญ



การวิเคราะห์ทางการเงิน

4. ค่าใช้จ่ายในการบริหาร:

หน่วย: ล้านบาท



ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ประกอบด้วยเงินเดือนและค่าแรงพนักงานสำนักงานใหญ่ ค่าซ่อมแซมบำรุงรักษา ค่าที่ปรึกษาและค่าธรรมเนียมวิชาชีพ ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์และค่าตัดจำหน่าย การขาดทุนจากการยกเลิกสัญญาเช่าก่อนกำหนด และค่าใช้จ่ายในการบริหารอื่น ๆ เช่น ค่าเช่าอาคารสำนักงาน โรงแรม และคลังเก็บสินค้า ค่าสาธารณูปโภค ค่าใช้จ่ายสำนักงานและเบ็ดเตล็ด ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับภาษีอากร

YoY ไตรมาส 2 ปี 2564 vs ไตรมาส 2 ปี 2563

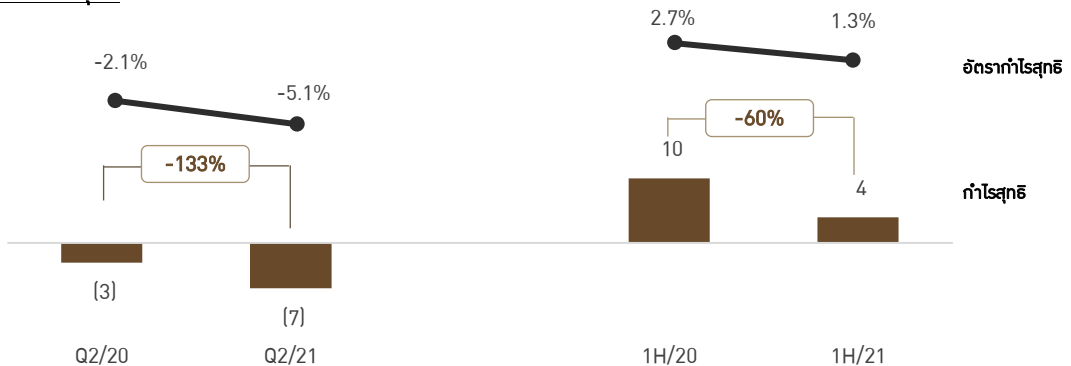
- ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ในไตรมาสที่ 2 ปี 2564 มีมูลค่า 32 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อย จำนวน 1 ล้านบาท หรือร้อยละ 3 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2563 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายบางส่วนจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19
- ค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม ในไตรมาสที่ 2 ปี 2564 เท่ากับร้อยละ 23.2 ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.8 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2563 เนื่องจากรายได้ของบริษัทยลดลง ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้นเล็กน้อย

1H งวด 6 เดือนปีแรก 2564 vs งวด 6 เดือนปีแรก 2563

- งวด 6 เดือนแรก ปี 2564 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหาร เท่ากับ 65 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวลดลง 9 ล้านบาท หรือร้อยละ 12 จากงวด 6 เดือนแรก ปี 2563 เป็นผลมาจากค่าใช้จ่ายในการบริหารที่ลดลงในไตรมาสที่ 1 ปี 2564 เป็นหลัก เนื่องจากการลดลงของค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการบริหารในทุกส่วนงาน
- ค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อรายได้รวม ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2564 เท่ากับร้อยละ 20.4 ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.1 จากงวด 6 เดือนแรก 2 ปี 2563 เนื่องจากรายได้ของบริษัทฯ มีรายได้ที่ลดลงในสัดส่วนที่มากกว่าการลดลงของค่าใช้จ่ายในการบริหาร

5. กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ:

หน่วย: ล้านบาท



YoY ไตรมาส 2 ปี 2564 vs ไตรมาส 2 ปี 2563

- บริษัทฯ มีผลขาดทุนสุทธิ ในไตรมาสที่ 2 ปี 2564 มูลค่า 7 ล้านบาท ซึ่งปรับตัวลดลง 4 ล้านบาท หรือร้อยละ 133 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2563 ซึ่งสอดคล้องกับรายได้จากการขายที่ลดลง จากการผลกระทบของการแพร่ระบาดของโควิด-19 ระลอกใหม่
- อัตรากำไรสุทธิ ในไตรมาสที่ 2 ปี 2564 เท่ากับร้อยละ -5.1 ปรับตัวลดลงร้อยละ 3.0 จากไตรมาสที่ 2 ปี 2563 การปรับตัวลดลงของอัตรากำไรสุทธิมีสาเหตุหลักมาจากรายได้จากการขายที่ลดลง ในขณะที่ค่าใช้จ่ายโดยรวมมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อย

1H งวด 6 เดือนปีแรก 2564 vs งวด 6 เดือนปีแรก 2563

- งวด 6 เดือนแรก ปี 2564 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ เท่ากับ 4 ล้านบาท ปรับตัวลดลง 6 ล้านบาท หรือร้อยละ 60 จากงวด 6 เดือนแรก ปี 2563 เนื่องจากการรับรู้ผลขาดทุนจากการดำเนินงานในไตรมาส 2 ปี 2564 ซึ่งสูงกว่าช่วงเดียวกันกับปี 2563
- อัตรากำไรสุทธิ ในงวด 6 เดือนแรก ปี 2564 เท่ากับร้อยละ 1.3 ปรับตัวลดลงร้อยละ 1.4 จากงวด 6 เดือนแรก ปี 2563 เนื่องจากรายได้จากการขายที่ลดลง รวมถึงการรับรู้ผลขาดทุนในไตรมาส 2 ปี 2564

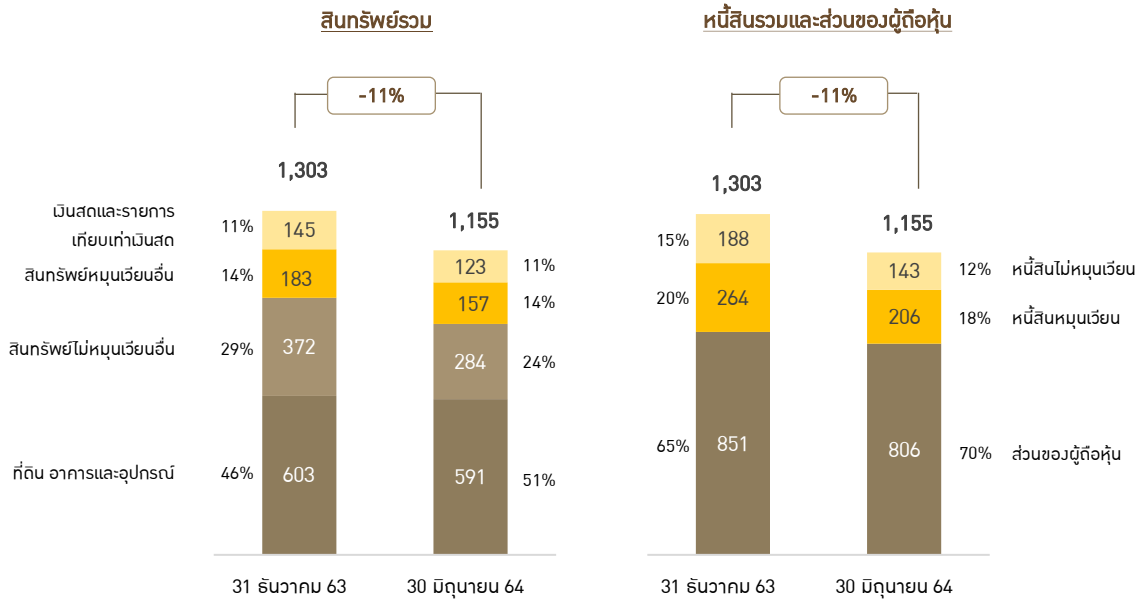


6. ต้นทุนทางการเงิน:

ต้นทุนทางการเงิน เกิดจากการรับรู้ดอกเบี้ยหนี้สินตามสัญญาเช่า จากการบันทึกบัญชีตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 16 บริษัทฯ ไม่มีเงินกู้ยืมที่มีดอกเบี้ย

การวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของบริษัทฯ

หน่วย: ล้านบาท



A สินทรัพย์

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2564 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมมูลค่า 1,155 ล้านบาท ลดลง 148 ล้านบาท หรือร้อยละ 11 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 โดยรายละเอียดของการลดลงมีดังนี้

- **เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด:** ลดลง 22 ล้านบาท มีสาเหตุหลักมาจากการจ่ายปันผลประจำปี ในไตรมาส 2 ปี 2564
- **สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น:** ลดลง 48 ล้านบาท มีสาเหตุหลักมาจากการรับรู้ค่าตัดจำหน่ายสินทรัพย์สิทธิการใช้ตามมาตรฐานการบันทึกบัญชีตามรอบปกติ
- **สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น:** ลดลง 10 ล้านบาท มีสาเหตุหลักมาจากการรับชำระหนี้จากลูกหนี้การค้าและการลดลงของสินค้าคงเหลือ

L หนี้สิน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2564 บริษัทฯ มีหนี้สินรวมมูลค่า 349 ล้านบาท ลดลง 103 ล้านบาท หรือร้อยละ 23 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 โดยรายละเอียดของการลดลงมีดังนี้

- **หนี้สินหมุนเวียน:** ลดลง 45 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักจากการลดลงของเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น เนื่องจากการจ่ายชำระค่าสินค้าและจ่ายใบมีสค่าจ่าย รวมถึงการจ่ายภาษีเงินได้ค้างจ่ายสำหรับปี 2563
- **หนี้สินไม่หมุนเวียน:** ลดลง 58 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักจากการลดลงของหนี้สินตามสัญญาเช่าที่มีระยะมากกว่า 12 เดือน เนื่องจากการตัดจำหน่ายหนี้สินตามมาตรฐานการบันทึกบัญชีตามรอบปกติ

E ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2564 บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวมมูลค่า 806 ล้านบาท ลดลง 45 ล้านบาท หรือร้อยละ 5 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 เป็นผลมาจากการจ่ายเงินปันผลประจำปี 2563 ในช่วงไตรมาส 2 ปี 2564 จำนวน 49 ล้านบาท